Eerste Kamer der Staten-Generaal 1

Vergaderjaar 2015–2016

33 186 Regels omtrent de instelling van de Autoriteit Consument en Markt (Instellingswet Autoriteit Consument en Markt)

I VERSLAG VAN EEN SCHRIFTELIJK OVERLEG

Vastgesteld 4 maart 2016

De leden van de vaste commissie voor Economische Zaken[1] hebben kennisgenomen van de brief van de Minister van Economische Zaken met bijlagen van 21 december 2015[2], inzake het evaluatierapport betreffende de Autoriteit Consument en Markt (ACM). Naar aanleiding daarvan is op 11 februari 2016 een brief gestuurd.

De Minister heeft op 4 maart 2016 gereageerd.

De commissie brengt bijgaand verslag uit van het gevoerde schriftelijk overleg.

De griffier van de vaste commissie voor Economische Zaken,
De Boer

[1] Samenstelling:
Ten Hoeve (OSF), Huijbregts-Schiedon (VVD), Koffeman (PvdD), Kuiper (CU), Schaap (VVD), Flierman (CDA), Ester (CU), Postema (PvdA), Van Strien (PVV), Vos (GL), Swagerman (VVD), Kok (PVV) *(vice-voorzitter)*, Bruijn (VVD), Gerkens (SP) *(voorzitter)*, Van Apeldoorn (SP), Atsma (CDA), Dercksen (PVV), Van Kesteren (CDA), Krikke (VVD), Meijer (SP), Pijlman (D66), Prast (D66), Van Rij (CDA), Van Rooijen (50PLUS), Schalk (SGP), Schnabel (D66), Verheijen (PvdA), Vreeman (PvdA).

[2] Kamerstukken I 2015/16, 33 186, H.

kst-33186-I
ISSN 0921 - 7371
’s-Gravenhage 2016

BRIEF VAN DE VOORZITTER VAN DE VASTE COMMISSIE VOOR ECONOMISCHE ZAKEN

Aan de Minister van Economische Zaken

Den Haag, 11 februari 2016

De leden van de vaste commissie voor Economische Zaken (EZ) hebben met belangstelling kennisgenomen van uw brief met bijlagen van 21 december 2015[3], inzake het evaluatierapport betreffende de Autoriteit Consument en Markt (ACM). De leden van de D66-fractie hebben met belangstelling kennisgenomen van de brief en hebben een aantal vragen.

In 2014 heeft de Rijksbrede Kenniskamer besloten om in beleid systematisch rekening te houden met inzichten uit de gedragseconomie. Het Ministerie van EZ heeft in december 2014 aangegeven te verwachten dat «de sterkere toepassing van gedragsinzichten (...) zal bijdragen aan een doeltreffender en doelmatiger overheid»[4], en eveneens verklaard hierin te willen investeren. In de Rijksbegroting EZ 2016 is het belang van rekening houden met gedragseconomische inzichten, nogmaals benadrukt. Wat betekent dit volgens u concreet voor expertise en beleid van de ACM?

U geeft in de reactie op de evaluatie aan, dat u het van belang vindt dat markten werken en consumenten in staat gesteld moeten worden goede keuzes te maken. In hoeverre vindt u het van belang dat de ACM in haar beleid rekening houdt met de conclusies uit de *behavioral industrial organization*-literatuur? Die laat onder andere zien dat marktwerking niet per se leidt tot zorgvuldige behandeling van consumenten en soms juist averechtse effecten heeft.

In hoeverre geeft het huidige artikel 2, vijfde lid, van de Instellingswet Autoriteit Consument en Markt de ACM de mogelijkheid rekening te houden met gedragseconomische inzichten en zo niet, bent u bereid in het kader hiervan artikel 2, vijfde lid, van voornoemde wet te heroverwegen?

Bent u van mening dat het succes van ACM-campagnes is af te meten aan de mate waarin mensen de campagnes kennen, of aan de mate waarin campagnes gedrag beïnvloeden?

De leden van de vaste commissie voor Economische Zaken zien uw reactie met belangstelling tegemoet en ontvangen deze graag uiterlijk 4 maart 2016.

De voorzitter van de vaste commissie voor Economische Zaken,
A.M.V. Gerkens

[3] Kamerstukken I 2015/16, 33 186, H.
[4] Kamerstukken II 2014/15, 34 000 XIII, nr. 140, p. 8.

BRIEF VAN DE MINISTER VAN ECONOMISCHE ZAKEN

Aan de Voorzitter van de Eerste Kamer der Staten-Generaal

Den Haag, 4 maart 2016

Hierbij beantwoord ik enkele vragen die naar aanleiding van de evaluatie van de ACM gesteld zijn door de leden van de D66-fractie uit de vaste commissie voor Economische Zaken van uw Kamer. Ik heb deze vragen ontvangen per brief van 11 februari 2016 met kenmerk 158494.

De leden van de D66-fractie vroegen hoe in de expertise en het beleid van de ACM systematisch rekening gehouden wordt met gedragseconomie. Het gebruik van gedragseconomische inzichten is belangrijk voor een doeltreffende en doelmatige toezichthouder. De ACM heeft mij laten weten haar expertise op dit terrein versterkt te hebben. Bij de ACM werken inmiddels een aantal sociaal-psychologen, gedragseconomen en mensen met kennis van experimentele economie. De ACM meldt bovendien te investeren in het uitbreiden van kennis op dit terrein door onder meer het verder opleiden van werknemers en het geven van (interne) trainingen. Ook publiceert de ACM regelmatig op deze thema's.

De leden van de D66-fractie vroegen in hoeverre het van belang is dat de ACM in haar beleid rekening houdt met de conclusies uit de «behavioural industrial organization»-literatuur.
Het is van belang dat de ACM in haar toezicht aansluit bij de actuele stand van wetenschap en techniek rond het houden van toezicht. De evaluatie van de ACM van december 2015 laat zien dat de ACM dit doet. De onderzoekers beschrijven dat er binnen de ACM focus is op kennisontwikkeling en dat er externe expertise wordt betrokken van bijvoorbeeld kennisinstituten. De ACM heeft mij naar aanleiding van deze vraag bovendien laten weten veel aandacht voor kennis van markten en consumtenten te hebben. «Behavioural Industrial Organisation» is volgens de ACM een relatief jong gebied in de economische wetenschap dat nog volop in ontwikkeling is. De ACM heeft mij daarom gemeld vooralsnog gepast voorzichtig om te gaan met het toepassen van de inzichten uit deze literatuur, maar deze aandachtig te blijven volgen.

De leden van de D66-fractie vroegen verder in hoeverre het huidige artikel 2, vijfde lid, van de Instellingswet Autoriteit Consument en Markt de ACM de mogelijkheid geeft rekening te houden met gedragseconomische inzichten, en, indien dit artikel hier geen ruimte voor biedt, er bereidheid is dit artikel te heroverwegen.
Artikel 2, vijfde lid, van de Instellingswet luidt thans: «De werkzaamheden van de Autoriteit Consument en Markt hebben tot doel het bevorderen van goed functionerende markten, van ordelijke en transparante marktprocessen en van een zorgvuldige behandeling van consumenten. Zij bewaakt, bevordert en beschermt daartoe een effectieve concurrentie en een gelijk speelveld op markten en neemt belemmeringen daarvoor weg.» Het gepast inzetten van gedragseconomische inzichten past hierbinnen. Dit zal ook gelden na inwerkingtreding van het wetsvoorstel verhoging boetemaxima ACM, waarin de formulering van dit artikel enigszins gewijzigd wordt.

De leden van de D66-fractie vroegen tot slot of het succes van ACM-campagnes is af te meten aan de mate waarin mensen de campagnes kennen, of aan de mate waarin campagnes gedrag beïnvloeden.
De ACM heeft mij laten weten dat het belangrijkste doel van de campagnes van de ACM is om consumenten meer bewust te maken van

de keuzes die zij hebben, hen te stimuleren om op te komen voor hun rechten en hen te informeren over wat de gevolgen zijn van de keuzes die zij kunnen maken. Deze campagnes lopen veelal via de Consuwijzer. Het bereik van de Consuwijzer is dan ook een belangrijke indicator of deze doelen ook worden gehaald. Uit de evaluatie van de ACM komt naar voren dat Consuwijzer van de ACM goed werkt en dat consumenten de Consuwijzer goed weten te vinden. Uiteindelijk is het aan de (goed geïnformeerde) consument om zelf zijn keuze te bepalen.

De Minister van Economische Zaken,
H.G.J. Kamp